

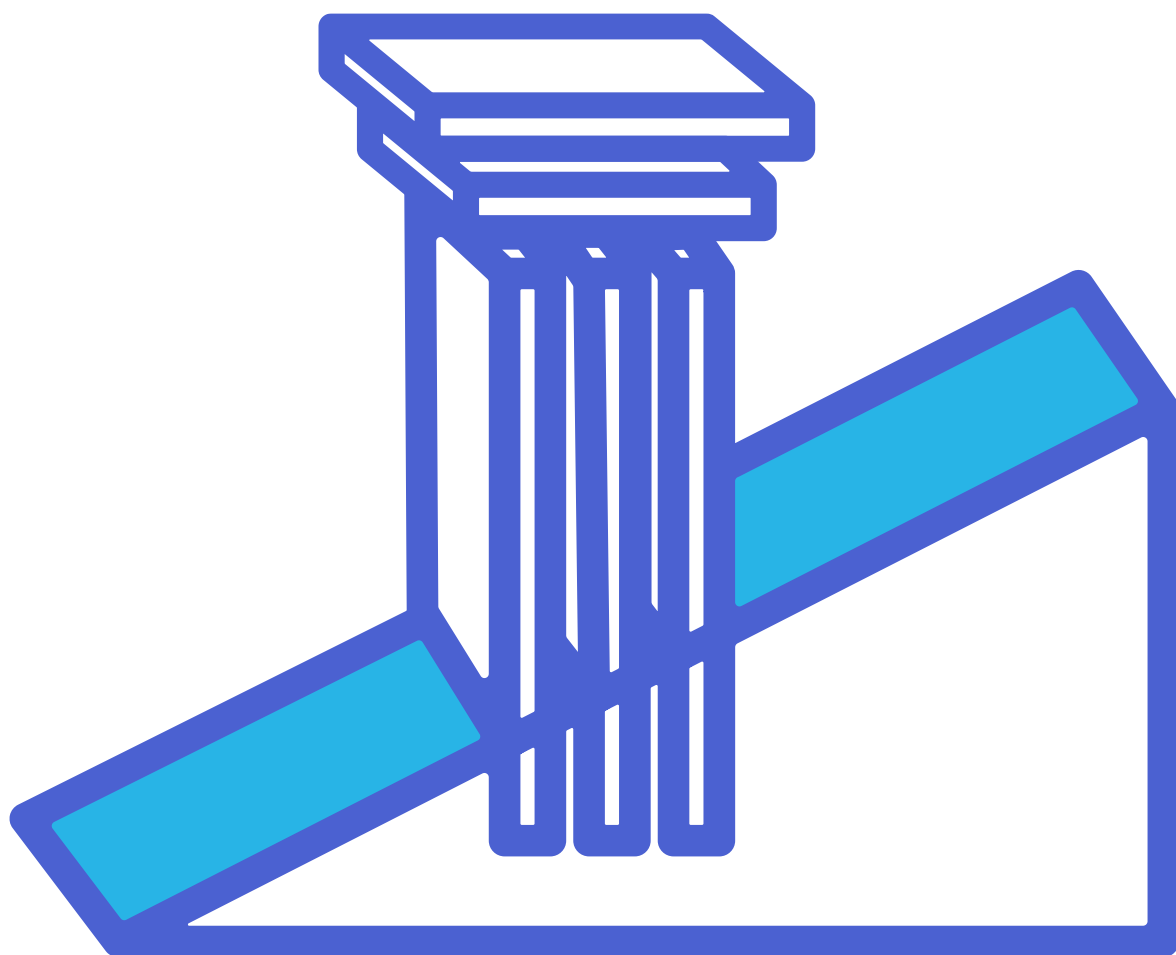
---

# Rassegna Stampa

Febbraio 2026

The logo for febal casa, featuring the words "febal" and "casa" stacked vertically in a white, lowercase, sans-serif font, centered within a solid red square.

febal  
casa



# Elenco articoli

TESTATA	DATA	ARGOMENTO
Ambiente Cucina	gennaio-febbraio 2026	Servizio dedicato al design inclusivo, funzionale e accessibile, all'interno del quale è presente Febal Casa con l'isola cucina ONDA
Engage.it	16 febbraio 2026	Articolo dedicato alla nuova campagna e al nuovo spot Febal Casa
Mediakey.it	16 febbraio 2026	Articolo dedicato alla nuova campagna e al nuovo spot Febal Casa
Spotandweb.it	16 febbraio 2026	Articolo dedicato alla nuova campagna e al nuovo spot Febal Casa
Touchpoint.news	16 febbraio 2026	Articolo dedicato alla nuova campagna e al nuovo spot Febal Casa
Youmark.it	16 febbraio 2026	Articolo dedicato alla nuova campagna e al nuovo spot Febal Casa
Adcgroup.it	16 febbraio 2026	Articolo dedicato alla nuova campagna e al nuovo spot Febal Casa
Insidemarketing.it	16 febbraio 2026	Articolo dedicato alla nuova campagna e al nuovo spot Febal Casa
DailyMedia	17 febbraio 2026	Articolo dedicato alla nuova campagna e al nuovo spot Febal Casa
Touchpoint Today	17 febbraio 2026	Articolo dedicato alla nuova campagna e al nuovo spot Febal Casa



# ambiente **cucina**

BIMESTRALE TECNICHE NUOVE - VIA ERITREA 21 - 20157 MILANO - POSTE ITALIANE SPA - ISSN 0392-5730

ANNO 50 GENNAIO | FEBBRAIO 2026

# 290

**RETAIL**  
COINVOLGERE  
IN RACCONTI

**50** Anni

# KEYWORD DEL PROGETTO



6029.00  
9 770392 573000



**L'architetto Marco Baldanello, titolare dell'omonimo studio di progettazione a Udine.**

Si occupa del progetto di ambienti, spazi e prodotti facilmente fruibili con l'obiettivo di migliorare la qualità della vita, coinvolgendo la diversità umana nell'iter progettuale e promuovendo l'utilizzo da quante più persone, senza necessità di adattamento. Con il padre Renzo e con Bernardino Pittino ha ideato Utility System, prodotto da Scavolini

DI PAOLA LEONE

«Progettare ambienti, spazi e prodotti facilmente fruibili, coinvolgendo la diversità umana affinché non ci si trovi in difficoltà durante una possibile disabilità temporanea o permanente: questo l'obiettivo di progetto che propone lo Studio», sottolinea **Marco Baldanello**, dello Studio Baldanello.

«Oggi si parla di progettazione universale, inclusiva, design for all, parole ormai di moda e inflazionate. **Ma l'architettura e il design non dovrebbero essere, per definizione, universali?** Non dovrebbero venire incontro alla stragrande maggioranza degli utenti? Una grande percentuale di utenti può anche risultare soddisfatta a patto che non si considerino le casistiche limite o particolari, che richiedono una progettazione ad hoc. Il design non è arte e non è solo estetica. Uno spremiagrumi bello, ma non funzionale, rimane su una mensola.

**Il design invece deve essere funzionale, ovvero pratico, usabile, intuitivo, esteticamente gradevole e flessibile**, tale da soddisfare le esigenze della maggior parte degli utenti della 'diversità umana'. Ma questo non è un concetto nuovo. **Recognizing the need is the primary condition of design** affermava il maestro - architetto e designer - **Charles Eames** a metà del secolo scorso. Eppure, per arrivarci, abbiamo dovuto aspettare l'arrivo della parola universal! Per fare la differenza e creare un progetto davvero usabile da tutti, basta rispettare i principi che ci sono stati tramandati, in linea di massima gli stessi elencati nelle "nuove linee guida" di Universal Design».

# ACCESSIBILITÀ intuitiva

L'ARCHITETTO **MARCO BALDANELLO** SPIEGA  
COME IL CONCETTO STESSO DI DESIGN  
IDENTIFICHI UN PRODOTTO FRUIBILE,  
INTUITIVO, FLESSIBILE



**L'ACCESSIBILITÀ  
DEVE ESSERE INSITA  
NEL PROGETTO,  
NON OSTENTATA, MA  
INTEGRATA; UNA BELLA  
CUCINA, UTILIZZABILE  
DA CHIUNQUE, È  
SEMPLICEMENTE UNA  
BELLA CUCINA**



Se questo approccio al design nasce nel 1985 grazie all'architetto americano Ronald L. Mace, della North Carolina State University, l'idea di una cucina davvero adattiva si è concretizzata con il progetto **Utility System**, concepito tra il 1998-'99 proprio dallo studio Baldanello e da Bernardino Pittino e realizzato da Scavolini che lo ha lanciato nel 2001.

«Nel 1999 l'accessibilità domestica era un tema abbastanza innovativo», continua l'architetto. «Quell'anno, con lo Studio e con Bernardino Pittino abbiamo vinto il concorso di idee promosso dalla Fondazione Don Gaudiano e relativo a una cucina accessibile: così è nato Utility System, realizzato da Scavolini e tutt'ora in produzione. Non si tratta di una cucina, ma di un sistema accessibile e applicabile a qualsiasi modello Scavolini. È stato anche lo spunto della mia tesi di laurea, vincitrice di un concorso internazionale».

Svariati quindi i progetti sviluppati dallo studio Baldanello e incentrati sui concetti di usabilità, ergonomia e accessibilità, che si è occupato anche di spazi destinati alle riabilitazioni; ad esempio, quelli nell'unità spinale del Niguarda, a Milano, e dell'ospedale Landolfi, a Solofra (AV).

«Per noi questi temi - usabilità, ergonomia e accessibilità - sono trattati sempre con lo stesso spirito, sia che si tratti di ambienti "dedicati" sia privati» prosegue Baldanello. «Nelle abitazioni private mi capita di vedere il piano cottura sull'isola e il lavello sul retro, sulle basi a parete; afferrare una pentola d'acqua bollente per traslarla sul lavello alle spalle, oltre a essere un'operazione di per sé pericolosa e faticosa è impossibile da eseguire già solo con un polso slogato... figuriamoci con disabilità temporanee o permanenti o, più banalmente, quando si invecchia! Questo per dire che una corretta progettazione facilita la vita di tutti. Non solo di chi si trova in condizioni di disagio».



**Creato su progetto originale dallo studio Baldanello e da Bernardino Pittino,**

Utility System di Scavolini è un sistema di attrezzature e dispositivi atti a trasformare una cucina in uno spazio accessibile a tutte le fasce di utenza, soprattutto a quelle con ridotte possibilità di azione. Nei dettagli, i sistemi saliscendi per scolapiatti e cestelli

COLLEZIONE ONDA - DESIGN IN COLL.  
CON ZAHA HADID ARCHITECTS

## FEBAL CASA

### Ergonomia

La **composizione** rispetta il principio del "triangolo di lavoro". Qui lavello o il piano cottura sono posizionati sull'isola; il contenimento a parete offre **ulteriori zone di lavoro** all'interno delle colonne, che si svelano all'occorrenza grazie alle ante rientranti. I sistemi di apertura sono a gola o push-pull.

### Durabilità

È garantita dall'**acciaio inox Soft Touch** di top e fianchi e dal vetro fuso retroverniato delle ante con superfici tridimensionali, firmate dello studio Zaha Hadid Architects. La ricerca progettuale e l'industrializzazione evoluta di Febal Casa assicurano una qualità costante nel tempo; tutti gli elementi sono pensati per durare senza perdere forza estetica e funzionale.





## PUBBLICITÀ: FEBAL CASA VA ON AIR CON LA NUOVA CAMPAGNA TV FIRMATA GIBBO&LORI

Il media plan a cura di Havas prevede declinazioni su tv lineare e non lineare, stampa, radio, social, canali Google e connected tv



**Febal Casa**, tra i principali brand di **Colombini Group** nel segmento Premium dell'arredo per tutta la casa, presenta l'evoluzione della propria comunicazione con una nuova campagna pubblicitaria firmata dall'agenzia creativa **Gibbo&Lori**. On air dal 15 Febbraio e declinata su formati di 30", 20" e 15", la campagna prevede importanti investimenti multicanale che abbracciano la tv lineare e non lineare, la stampa, la radio, i social, i canali Google e le connected tv. Il media plan è in capo a **Havas**.

“La nuova campagna nasce da una sensazione semplice e universale: quando una casa è accogliente, confortevole, progettata per farti stare bene... perché mai dovresti uscire? Perché ci sono luoghi in cui tutto funziona, tutto ti somiglia, tutto ti fa sentire a casa. Da questa verità semplice ma potente nasce il nuovo racconto di Febal Casa, ironico e inaspettato, che mette al centro la capacità di Febal Casa di progettare spazi abitativi in qualsiasi contesto” si legge nella nota stampa. Il messaggio trova una sintesi accattivante nel claim di campagna: **“Se è Febal è Casa.”**

Protagonista dello spot è una giovane coppia che vive con naturalezza e complicità una casa elegante e piena di calore: dalla cucina al living, dai sistemi di armadiature alla zona notte. La sceneggiatura ripercorre una serata dove è talmente forte il

desiderio di godersi la propria casa che si decide di non uscire. Il colpo di scena finale ribalta però la prospettiva: quella che sembrava una casa vera è in realtà uno showroom Febal Casa. Uno spazio così autentico, così accogliente, così “casa”, da far dimenticare persino di essere in uno store.

Guarda lo spot:



Il concept è dunque strutturato attorno ad uno dei tratti distintivi che caratterizza il brand Febal Casa: la scelta strategica di proporre un layout progettuale specifico che rappresenta sempre l'idea di casa e che viene oggi applicato in ogni touchpoint fisico, dagli showroom presenti in tutto il mondo, agli spazi espositivi nelle fiere di settore, fino alle singole case dei consumatori. Per questo è stata scelta come location il nuovo **flagship store di San Marino, basato sulla formula Ambassador**. “Ci piace quando le idee prendono spunto dalla realtà: se sei a casa tua e ci stai bene... ma chi te lo fa fare di uscire? Siamo felici di questo nuovo capitolo. Con il team di Febal Casa stiamo costruendo un percorso di comunicazione che riflette il DNA di un brand che non vuole mai smettere di sorprendere.”  
Affermano [Gibbo&Lori](#), agenzia creativa di Febal Casa dal 2023.

La filosofia del total home furniture è valorizzata dalle scelte stilistiche di materiali e finiture coerenti, ben rappresentate dalle scelte di produzione, regia e fotografia. L'ironia, elemento identitario della comunicazione Febal Casa, evolve verso un registro ancora più contemporaneo e raffinato, mantenendo leggerezza e calore, ma con un percepito ancora più premium.

**Giovanni Battista Vacchi**, Amministratore Delegato Colombini Group, ha commentato: “Ritengo che strategicamente questa campagna assegni un ulteriore tratto di distintività rispetto ai competitors non solo perché comunica in modo chiaro la forza della nostra capacità progettuale, ma perché il concept ha valore universale, perfettamente applicabile sul mercato italiano che sui mercati esteri. Oggi più che mai siamo proiettati verso la crescita e verso una rappresentazione sempre più precisa del nostro posizionamento di arredo high-end accessibile.”

## **CREDITS CAMPAGNA**

La campagna è firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori, con la direzione creativa di Giovanbattista Oneto e Lorena Cascino. Il copywriter è curato da Stella Sguinzo, art director Piergiorgio Adragna, strategy and project supervisor Francesca Satolli. La regia dello spot è affidata a Miguel Usandivaras, con la direzione della fotografia di Emanuele Zarlenga. La produzione è a cura di The BigMama, Executive Producer Valentina Fronzoni, Producer Lucrezia Pellè e Direttore di Produzione Alessio Panseri. Lo styling è di Ingrid Pastore, la scenografia di Mattia Pozzi, mentre la post produzione è stata curata da Davide Guerra, con il color di Orash Rahnema. L'audio è realizzato da Bottega del Suono.

## FEBAL CASA È ON AIR CON LA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA FIRMATA GIBBO&LORI



Quando la casa è così accogliente che non vorresti più uscire.

Perché Se è Febal, è Casa. In ogni luogo.

Febal Casa, tra i principali brand di Colombini Group nel segmento Premium dell'arredo per tutta la casa, presenta l'evoluzione della propria comunicazione con una nuova campagna pubblicitaria firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori.

La nuova campagna nasce da una sensazione semplice e universale: quando una casa è accogliente, confortevole, progettata per farti stare bene... perché mai dovresti uscire? Perché ci sono luoghi in cui tutto funziona, tutto ti somiglia, tutto ti fa sentire a casa.

Da questa verità semplice ma potente nasce il nuovo racconto di Febal Casa, ironico e inaspettato, che mette al centro la capacità di Febal Casa di progettare spazi abitativi in qualsiasi contesto. Il messaggio trova una sintesi accattivante nel claim di campagna:

“Se è Febal è Casa.”

Protagonista dello spot è una giovane coppia che vive con naturalezza e complicità una casa elegante e piena di calore: dalla cucina al living, dai sistemi di armadiature alla zona notte. La sceneggiatura ripercorre una serata dove è talmente forte il desiderio di godersi la propria casa che si decide di non uscire. Il colpo di scena finale ribalta però la prospettiva: quella che sembrava una casa vera è in realtà uno showroom Febal Casa. Uno spazio così autentico, così accogliente, così “casa”, da far dimenticare persino di essere in uno store.

Il concept è dunque strutturato attorno ad uno dei tratti distintivi che caratterizza il brand Febal Casa: la scelta strategica di proporre un layout progettuale specifico che rappresenta sempre l'idea di casa e che viene oggi applicato in ogni touchpoint fisico, dagli showroom presenti in tutto il mondo, agli spazi espositivi nelle fiere di settore, fino alle singole case dei consumatori. Per questo è stata scelta come location il nuovo flagship store di San Marino, basato sulla formula Ambassador. La filosofia del total home furniture è valorizzata dalle scelte stilistiche di materiali e finiture coerenti, ben rappresentate dalle scelte di produzione, regia e fotografia. L'ironia, elemento identitario della comunicazione Febal Casa, evolve verso un registro ancora più contemporaneo e raffinato, mantenendo leggerezza e calore, ma con un percepito ancora più premium.

Emanuel Colombini, Presidente e CDO Colombini Group, ha dichiarato:

“L'intera campagna è espressione dell'eccellenza progettuale del brand e della forza della rete di store Febal Casa diffusa su tutto il territorio nazionale e internazionale. Abbiamo voluto valorizzare l'esperienza, pensata come un momento immersivo e reale, che offriamo nei nostri negozi monomarca e nei nostri Flagship da Miami a Milano, puntando a comunicare che oggi chi entra in uno showroom Febal Casa trova ambienti pensati come vere case, in cui il know-how progettuale si integra con un'attenzione sartoriale al cliente attraverso servizi capaci di accompagnarlo in ogni fase del percorso.”

Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato Colombini Group, ha commentato:

“Ritengo che strategicamente questa campagna assegni un ulteriore tratto di distintività rispetto ai competitors non solo perché comunica in modo chiaro la forza della nostra capacità progettuale, ma perché il concept ha valore universale, perfettamente applicabile sul mercato italiano che sui mercati esteri. Oggi più che mai siamo proiettati verso la crescita e verso una rappresentazione sempre più precisa del nostro posizionamento di arredo high-end accessibile.”

Erika D'Amico, Brand & Communications Director Colombini Group, ha sottolineato: “Abbiamo voluto progettare l'intera campagna pensando allo spot come il punto di partenza di un racconto a cui seguiranno, nel corso dell'anno, altre short stories e formati dedicati alle nostre iniziative promozionali, pensate per touchpoint online e offline. Parliamo dunque di un'intera linea di contenuti, non solo di un singolo commercial, che contribuirà a costruire un racconto forte e memorabile presso i nostri pubblici.”

“Ci piace quando le idee prendono spunto dalla realtà: se sei a casa tua e ci stai bene... ma chi te lo fa fare di uscire? Siamo felici di questo nuovo capitolo. Con il team di Febal Casa stiamo costruendo un percorso di comunicazione che riflette il DNA di un brand che non vuole mai smettere di sorprendere.” Affermano Gibbo&Lori, agenzia creativa di Febal Casa dal 2023.

On air dal 15 Febbraio e declinata su formati di 30", 20" e 15", la campagna prevede importanti investimenti multicanale che abbracciano la tv lineare e non lineare, la stampa, la radio, i social, i canali Google e le connected tv.

#### Credits campagna

La campagna è firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori, con la direzione creativa di Giovanbattista Oneto e Lorena Cascino. Il copywriter è curato da Stella Sguinzo, art director Piergiorgio Adragna, strategy and project supervisor Francesca Satolli. La regia dello spot è affidata a Miguel Usandivaras, con la direzione della fotografia di Emanuele Zarlenga. La produzione è a cura di The BigMama, Executive Producer Valentina Fronzoni, Producer Lucrezia Pellè e Direttore di Produzione Alessio Panseri. Lo styling è di Ingrid Pastore, la scenografia di Mattia Pozzi, mentre la post produzione è stata curata da Davide Guerra, con il color di Orash Rahnama. L'audio è realizzato da Bottega del Suono.

# SPOT and WEB

## **Febal Casa è on air con la nuova campagna pubblicitaria firmata Gibbo&Lori**

Febal Casa lancia una nuova campagna pubblicitaria “Se è *Febal*, è *Casa*”, ideata dall’agenzia creativa **Gibbo&Lori**, on air dal 15 febbraio su tv, stampa, radio, social e CTV.

Lo spot racconta con ironia e calore la vita di una giovane coppia in una casa così accogliente da far dimenticare perfino di uscire... scoprendo alla fine che si tratta di uno showroom Febal Casa.

La campagna mira a valorizzare la capacità progettuale del brand nel creare spazi abitativi eleganti e confortevoli in ogni contesto.



## FEBAL CASA LANCIA LA NUOVA CAMPAGNA “SE È FEBAL È CASA”



### **Febal Casa evolve la comunicazione: quando lo showroom diventa casa**

Febal Casa, brand di punta di Colombini Group nel segmento premium dell'arredo total home, è on air dal 15 febbraio con la nuova campagna pubblicitaria firmata Gibbo&Lori.

Al centro del racconto una verità semplice e universale: quando una casa è davvero accogliente, funzionale e progettata su misura, non si ha più voglia di uscire. Da qui nasce il claim che sintetizza l'intero concept: “Se è Febal è Casa.”

### **Una storia ironica che ribalta la prospettiva**

Protagonista dello spot è una giovane coppia che vive con naturalezza una serata tra cucina, living, armadiature e zona notte, in un ambiente elegante e caldo. Il desiderio di restare a casa è così forte da far rinunciare a uscire.

Solo nel finale arriva il colpo di scena: quella che sembrava un'abitazione privata è in realtà uno showroom Febal Casa. Uno spazio espositivo progettato come una vera casa, capace di restituire autenticità, comfort e identità.

La location scelta è il nuovo flagship store di San Marino, basato sulla formula Ambassador, espressione concreta della filosofia total home furniture del brand.

## **Il layout come tratto distintivo del brand**

Il concept creativo valorizza uno degli elementi strategici di Febal Casa: il layout progettuale che riproduce sempre un'idea completa di casa, applicata in ogni touchpoint fisico – dagli showroom internazionali agli spazi fieristici – fino alle abitazioni dei clienti.

L'ironia, cifra distintiva della comunicazione Febal Casa, evolve in una chiave più contemporanea e raffinata, mantenendo leggerezza ma rafforzando il percepito premium.

Emanuel Colombini, Presidente e CDO di Colombini Group, sottolinea: «Abbiamo voluto valorizzare l'esperienza immersiva che offriamo nei nostri store monomarca e nei Flagship, da Miami a Milano, puntando a comunicare che chi entra in uno showroom Febal Casa trova ambienti pensati come vere case».

Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato del Gruppo, aggiunge: «Il concept ha un valore universale, perfettamente applicabile sia sul mercato italiano sia su quelli esteri, rafforzando il nostro posizionamento di arredo high-end accessibile».

Erika D'Amico, Brand & Communications Director, evidenzia come lo spot rappresenti solo il primo capitolo di un racconto più ampio, che nel corso dell'anno si svilupperà attraverso short stories e contenuti dedicati ai diversi touchpoint online e offline.

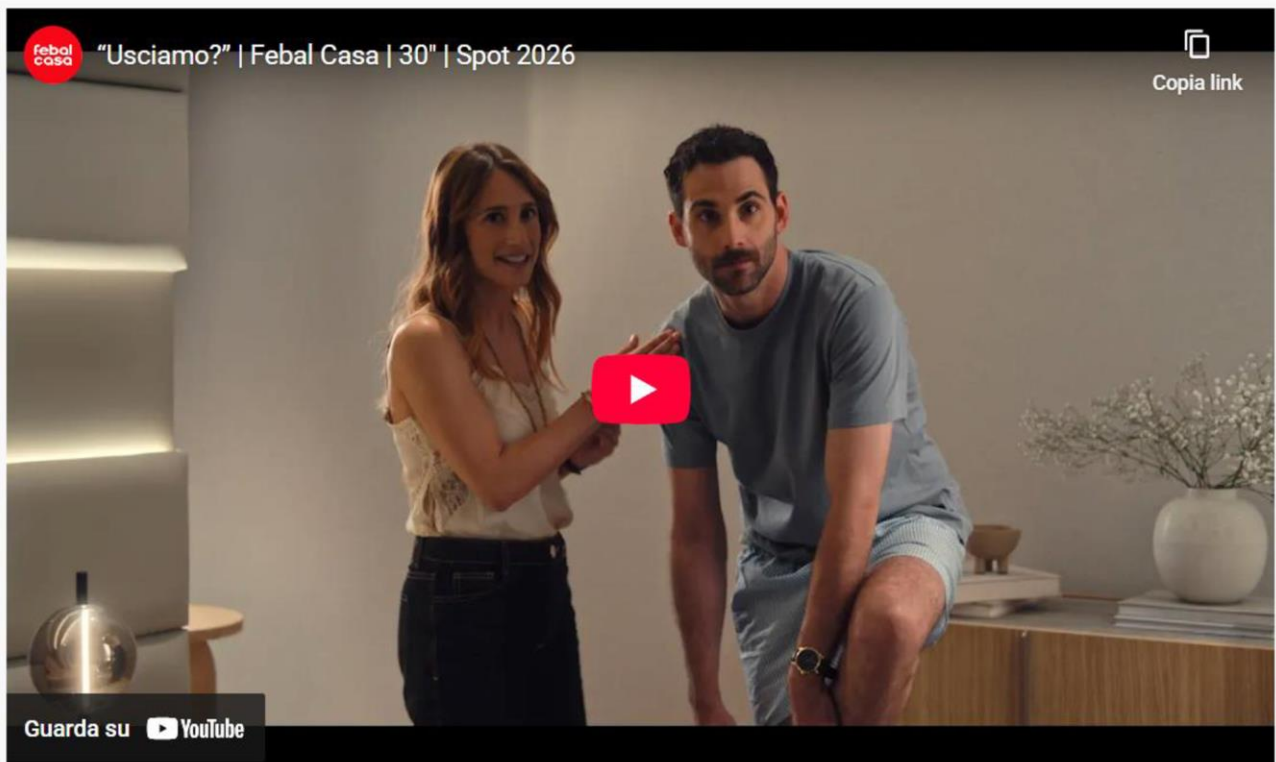
## **Pianificazione e crediti**

La campagna è declinata nei formati 30", 20" e 15" con una pianificazione multicanale su TV lineare e non lineare, stampa, radio, social, Google e connected TV.

La campagna è firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori, con la direzione creativa di Giovanbattista Oneto e Lorena Cascino. Il copywriter è curato da Stella Sguinzo, art director Piergiorgio Adragna, strategy and project supervisor Francesca Satolli. La regia dello spot è affidata a Miguel Usandivaras, con la direzione della fotografia di Emanuele Zarlenga. La produzione è a cura di The BigMama, Executive Producer Valentina Fronzoni, Producer Lucrezia Pellè e Direttore di Produzione Alessio Panseri. Lo styling è di Ingrid Pastore, la scenografia di Mattia Pozzi, mentre la post produzione è stata curata da Davide Guerra, con il color di Orash Rahnema. L'audio è realizzato da Bottega del Suono.

## Showroom o casa vera? Scopriilo nel nuovo spot Febal Casa di Gibbo&Lori

La campagna si estende a più touchpoint, online e offline, per creare un racconto coerente e memorabile del brand



Febal Casa, brand premium di Colombini Group, presenta il nuovo capitolo della propria comunicazione con una campagna firmata dall'agenzia creativa **GIBBO&LORI**. Celebra la capacità di Febal Casa di progettare spazi abitativi che rispecchiano le esigenze e lo stile di chi li vive.

### Una storia che trasforma lo showroom in casa

Protagonista dello spot è una giovane coppia che vive con naturalezza e complicità una casa elegante e piena di calore, dalla cucina al living, dagli armadi su misura alla zona notte. La sceneggiatura segue una serata in cui il desiderio di godersi la propria casa è così forte da far rinunciare a qualsiasi uscita. Il colpo di scena finale rivela che quella che sembrava una casa vera è in realtà lo showroom Febal Casa: così autentico e accogliente da far dimenticare di essere in un negozio.

### Un percorso di comunicazione integrato

La campagna non si limita allo spot, ma costituisce il primo passo di un racconto più ampio che proseguirà con short stories, contenuti digitali e iniziative offline durante tutto l'anno. L'obiettivo è costruire un racconto coerente e riconoscibile, capace di coinvolgere i pubblici attraverso esperienze sia emozionali sia concrete, trasformando la comunicazione in un legame duraturo con il brand.

On air dal 15 Febbraio e declinata su formati di 30", 20" e 15", la pianificazione prevede investimenti multicanale che abbracciano la tv lineare e non lineare, la stampa, la radio, i social, i canali Google e le connected tv.

## Le dichiarazioni

**Emanuel Colombini**, Presidente e Cdo Colombini Group: "L'intera campagna è espressione dell'eccellenza progettuale del brand e della forza della rete di store Febal Casa. Vogliamo valorizzare l'esperienza immersiva offerta nei nostri negozi, dai flagship da Miami a Milano, dove il know-how progettuale si integra con un'attenzione sartoriale al cliente".

**Giovanni Battista Vacchi**, Ad Colombini Group: "Strategicamente, questa campagna rafforza la distintività rispetto ai competitor. Comunica la nostra capacità progettuale e ha un valore universale, applicabile sia sul mercato italiano sia su quelli esteri. Siamo proiettati verso una crescita che riflette il posizionamento high-end accessibile del brand".

**Erika D'Amico**, Brand & Communications Director Colombini Group: "Lo spot è il punto di partenza di un racconto che si svilupperà durante tutto l'anno con short stories e contenuti per touchpoint online e offline, creando un racconto forte e memorabile".

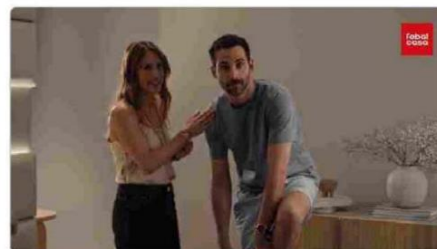
**Gibbo&Lori**: "Se sei a casa tua e ci stai bene, perché uscire? Con questo nuovo capitolo costruiamo un percorso di comunicazione che riflette il DNA di Febal Casa: sorprendere e coinvolgere il pubblico con eleganza, calore e autenticità".

## Credit

La campagna è firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori, con la direzione creativa di Giovanbattista Oneto e Lorena Cascino. Il copywriter è curato da Stella Sguinzo, art director Piergiorgio Adragna, strategy and project supervisor Francesca Satolli. La regia dello spot è affidata a Miguel Usandivaras, con la direzione della fotografia di Emanuele Zarlenga. La produzione è a cura di The BigMama, Executive Producer Valentina Fronzoni, Producer Lucrezia Pellè e Direttore di Produzione Alessio Panseri. Lo styling è di Ingrid Pastore, la scenografia di Mattia Pozzi, mentre la post produzione è stata curata da Davide Guerra, con il color di Orash Rahnema. L'audio è realizzato da Bottega del Suono.

## Febal Casa lancia la nuova campagna "Se e' Febal e' Casa" con la creativita' dell'agenzia Gibbo&Lori

Il brand del Gruppo Colombini evolve la propria comunicazione con un nuovo racconto focalizzato sull'accoglienza e il design. Lo spot, on air dal 15 febbraio con la regia di Miguel Usandivaras, gioca sul desiderio universale di godersi la propria abitazione, rivelando solo nel finale che la location è in realtà uno showroom del brand. La campagna multisoggetto prevede un importante piano media che coinvolge TV, radio, stampa e canali digitali. Febal Casa, tra i principali brand di Colombini Group nel segmento Premium dell'arredo per tutta la casa, presenta l'evoluzione della propria comunicazione con una nuova campagna pubblicitaria firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori. La nuova campagna nasce da una sensazione semplice e universale: quando una casa è accogliente, confortevole, progettata per farti stare bene perché mai dovresti uscire? Perché ci sono luoghi in cui tutto funziona, tutto ti somiglia, tutto ti fa sentire a casa. Da questa semplice verità nasce il nuovo racconto di Febal Casa che mette al centro la capacità di Febal Casa di progettare spazi abitativi in qualsiasi contesto. Il messaggio trova una sintesi nel claim di campagna: Se è Febal è Casa. Protagonista dello spot è una giovane coppia che vive con naturalezza e complicità una casa elegante e piena di calore: dalla cucina al living, dai sistemi di armadiature alla zona notte. La sceneggiatura ripercorre una serata dove è talmente forte il desiderio di godersi la propria casa che si decide di non uscire. Il colpo di scena finale ribalta però la prospettiva: quella che sembrava una casa vera è in realtà uno showroom Febal Casa. Il concept è dunque strutturato attorno ad uno dei tratti distintivi che caratterizza il brand Febal Casa: la scelta strategica di proporre un layout progettuale specifico che rappresenta sempre l'idea di casa e che viene oggi applicato in ogni touchpoint fisico, dagli showroom presenti in tutto il mondo, agli spazi espositivi nelle fiere di settore, fino alle singole case dei consumatori. Per questo è stata scelta come location il nuovo flagship store di San Marino, basato sulla formula Ambassador. Emanuel Colombini, Presidente e CDO Colombini Group, ha dichiarato: L'intera campagna è espressione dell'eccellenza progettuale del brand e della forza della rete di store Febal Casa diffusa su tutto il territorio nazionale e internazionale. Abbiamo voluto valorizzare l'esperienza, pensata come un momento immersivo e reale, che offriamo nei nostri negozi monomarca e nei nostri Flagship da Miami a Milano, puntando a comunicare che oggi chi entra in uno showroom Febal Casa trova ambienti pensati come vere case, in cui il know-how progettuale si integra con un'attenzione sartoriale al cliente attraverso servizi capaci di accompagnarlo in ogni fase del percorso. Giovanni Battista Vacchi, Amministratore Delegato Colombini Group, ha commentato: Ritengo che strategicamente questa campagna assegni un ulteriore tratto di distintività rispetto ai competitors non solo perché comunica in modo chiaro la forza della nostra capacità progettuale, ma perché il concept ha valore universale, perfettamente applicabile sul mercato italiano che sui mercati esteri. Oggi più che mai siamo proiettati verso la crescita e verso una rappresentazione sempre più precisa del nostro posizionamento di arredo high-end accessibile. Erika D'Amico, Brand & Communications Director Colombini Group, ha sottolineato: Abbiamo voluto progettare l'intera campagna pensando allo spot come il punto di partenza di un racconto a cui seguiranno, nel corso dell'anno, altre short stories e formati dedicati alle nostre iniziative promozionali, pensate per touchpoint online e offline. Parliamo dunque di un'intera linea di contenuti, non solo di un singolo commercial, che contribuirà a costruire un racconto forte e memorabile presso i nostri pubblici. Ci piace quando le idee prendono spunto dalla realtà: se sei a casa tua e ci stai bene ma chi te lo fa fare di uscire? Siamo felici di questo nuovo capitolo. Con il team di Febal Casa stiamo costruendo un percorso di comunicazione che riflette il DNA di un brand che non vuole mai smettere di sorprendere. Affermano Gibbo&Lori, agenzia creativa di Febal Casa dal 2023. On air dal 15 Febbraio e declinata su formati di 30, 20 e 15, la campagna prevede importanti investimenti multicanale che abbracciano la tv lineare e non lineare, la stampa, la radio, i social, i canali Google e le connected tv. Credits campagna La campagna è firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori, con la direzione creativa di Giovanbattista Oneto e Lorena Cascino. Il copywriter è curato da Stella Sguinzo, art director Piergiorgio Adragna, strategy and project supervisor Francesca Satolli. La regia dello spot è affidata a Miguel Usandivaras, con la direzione della fotografia di Emanuele Zarlenga. La produzione è a cura di The BigMama, Executive Producer Valentina Fronzoni, Producer Lucrezia Pellè e Direttore di Produzione Alessio Panseri. Lo styling è di Ingrid Pastore, la scenografia di Mattia Pozzi, mentre la post produzione è stata curata da Davide Guerra, con il color di Orash Rahnema. L'audio è realizzato da Bottega del Suono.



## **Febal Casa lancia la nuova campagna 2026 firmata Gibbo&Lori: “Se è Febal, è Casa”**

*On air dal 15 febbraio 2026, lo spot ribalta la prospettiva con un twist finale ambientato nel flagship di San Marino. Piano multicanale tra TV, radio, stampa, social, Google e connected TV.*



Una casa così accogliente da far passare in secondo piano qualsiasi invito a uscire: è da questa sensazione quotidiana che nasce la **nuova campagna pubblicitaria Febal Casa**, brand di Colombini Group,

firmata dall'**agenzia creativa Gibbo&Lori**.

Il progetto aggiorna il racconto di marca lavorando su **ironia** e **colpo di scena**, con l'obiettivo di rendere immediatamente riconoscibile la promessa sintetizzata nel claim **“Se è Febal, è Casa”**.

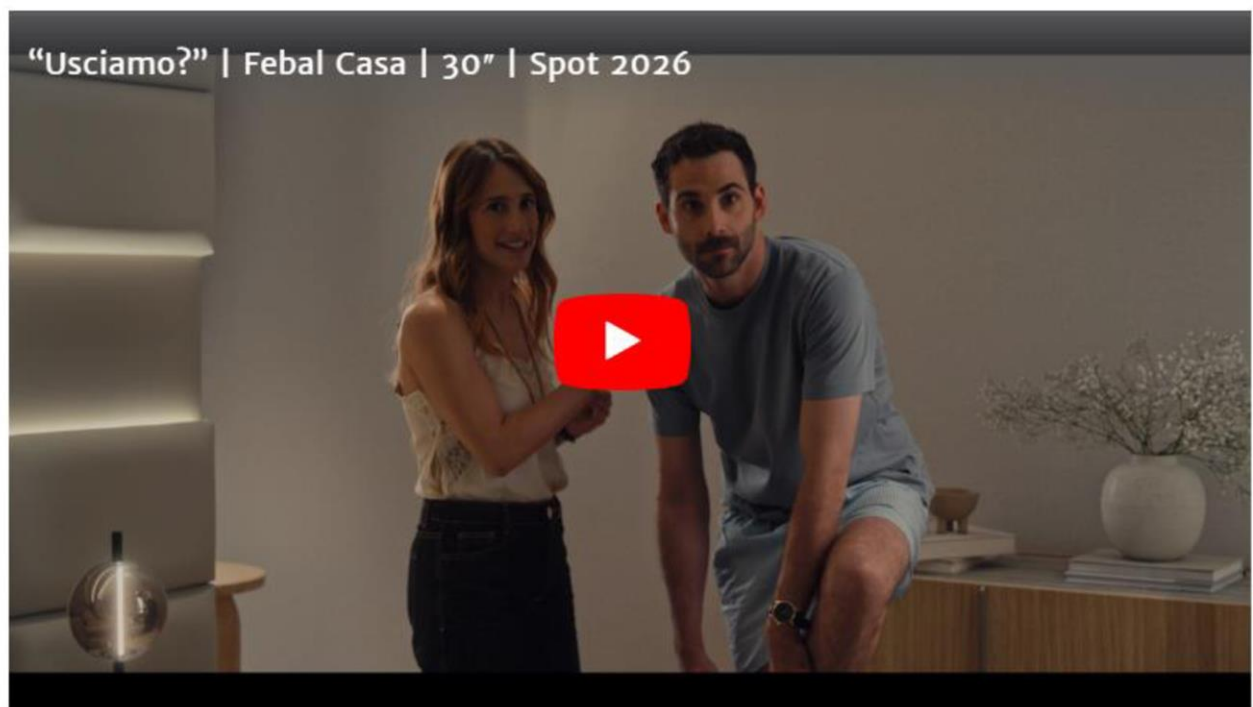
### **IL NUOVO SPOT FEBAL CASA: UNA SERATA PERFETTA E IL TWIST FINALE NELLO SHOWROOM**

La sceneggiatura dello **spot 2026 Febal Casa** segue una **giovane coppia** che vive con naturalezza una casa descritta come elegante e calda in ogni ambiente, dalla cucina al living fino alla zona notte.

La tensione narrativa è costruita su una **scelta semplice**, tra restare dentro e uscire, e insiste sulla scelta di restare in casa. Lo spot Febal Casa, intitolato

“Usciamo?”, riprende fin dall’incipit la domanda che guida la scena e prepara il twist finale.

Il ribaltamento arriva nel finale, quando quella che sembrava essere la casa si rivela uno **showroom Febal Casa**: un passaggio che trasforma lo **spazio retail in esperienza** e rafforza l’idea che l’ambiente espositivo sia progettato per sembrare autentico, non dimostrativo.



La sorpresa lavora come prova del posizionamento total home: lo showroom viene presentato come un ambiente “così casa” da far dimenticare di essere in uno store.

*«Abbiamo voluto **valorizzare l’esperienza**, pensata come un momento immersivo e reale, che offriamo nei nostri negozi monomarca e nei nostri Flagship da Miami a Milano – ha dichiarato **Emanuel Colombini**, presidente e CDO di Colombini Group –, puntando a comunicare che oggi chi entra in uno showroom Febal Casa trova ambienti pensati come vere case, in cui il know-how progettuale si integra con un’**attenzione sartoriale al cliente** attraverso **servizi** capaci di accompagnarlo in ogni fase del percorso.»*

La scelta di ambientare lo spot nel **nuovo** flagship store **di San Marino** rende coerente il colpo di scena con l'impostazione retail del brand, che punta proprio su ambienti immersivi pensati come case reali.

La nuova campagna Febal, secondo quanto indicato nella nota diffusa, valorizza la filosofia del total home furniture anche attraverso regia e fotografia, con materiali e finiture coerenti con un **perceptito dichiarato più premium**.

Giovanni Battista Vacchi, amministratore delegato Colombini Group, ha collegato la campagna anche a un **tratto di distintività competitivo** di Febal Casa e a un concept pensato per essere **applicabile sia al mercato italiano sia ai mercati esteri**, in una traiettoria di crescita e di *«posizionamento di arredo high-end accessibile»*.

L'**ironia**, poi, già presente nella comunicazione del brand, viene mantenuta ma spinta su un registro più contemporaneo e curato, leggero ma caldo, coerente con il segmento premium dichiarato.

*«Ci piace quando le idee prendono spunto dalla realtà: se sei a casa tua e ci stai bene... ma chi te lo fa fare di uscire? – hanno dichiarato da Gibbo&Lori, agenzia creativa di Febal Casa dal 2023 –.*

*Siamo felici di questo nuovo capitolo. Con il team di Febal Casa stiamo costruendo un **percorso di comunicazione** che riflette il DNA di un brand che non vuole mai smettere di **sorprendere**.»*

## **PIANIFICAZIONE MULTICANALE: TV, RADIO, STAMPA, SOCIAL, GOOGLE E CONNECTED TV**

On air dal **15 febbraio 2026** e declinata in formati da **30"**, **20"** e **15"**, la campagna prevede investimenti multicanale su tv lineare e non lineare, stampa, radio, social,

canali Google e connected tv . La scelta di un mix ampio suggerisce una strategia di copertura che mira a sostenere riconoscibilità del claim e frequenza di contatto, accompagnando la presenza retail su territori e mercati diversi.

La nuova campagna Febal Casa, comunque, viene descritta come l'avvio di un racconto più ampio: **Erika D'Amico**, brand & communications director Colombini Group, ha sottolineato che lo spot è pensato come **punto di partenza di una linea di contenuti** che proseguirà nel corso del 2026 con short stories e formati collegati anche a iniziative promozionali, per touchpoint online e offline.

## **Credits campagna Febal Casa 2026**

### **Agenzia: Gibbo&Lori**

- **Direzione creativa:** Giovanbattista Oneto
- **Direzione creativa:** Lorena Cascino
- **Copywriter:** Stella Sguinzo
- **Art director:** Piergiorgio Adragna
- **Strategy and project supervisor:** Francesca Satolli
- **Regia:** Miguel Usandivaras
- **Direzione della fotografia:** Emanuele Zarlenga

### **Produzione: The BigMama**

- **Executive producer:** Valentina Fronzoni
- **Producer:** Lucrezia Pellè
- **Direttore di produzione:** Alessio Panseri

### **Post produzione**

- **Styling:** Ingrid Pastore
- **Scenografia:** Mattia Pozzi
- **Post produzione:** Davide Guerra
- **Color:** Orash Rahnema
- **Audio:** Bottega del Suono

# DailyMedia

quotidiano della comunicazione  
anno XXXVII martedì 17 febbraio 2026

numero **029**

Direttore Responsabile: Vittorio Parazzoli  
Redazione: Silvia Antonini - Antonella Rocca  
Realizzazione Grafica: Alessandro Fiore - Lorenzo de Grassi  
Abbonamenti e Ufficio Commerciale: Cinzia Maccioni

Azi. Trib. M.N. 61200  
Diffusione digitale - NewsCo Multimedia Scl  
Viale Teodorico 19/2, 20149 Milano Tel. 02/9951210  
Redazione: redazione@dailymedia.it  
Abbonamenti e Ufficio Commerciale: abbonamenti@dailymedia.it  
R.O.C. n°78866

ANBS



## Betsson Sport torna on air con uno spot ideato con Unknown e Totti, Baggio e Cannavaro come testimonial; il budget atl, affidato a Starcom, arriva nel 2026 a 20 milioni di euro sui 50 di mkt.

2

## IMMAGINARIO

### Sport ricchi e sport poveri (V.P.)



i direttori dell'agenzia

## Ad Store lancia il nuovo piano di scale-up per trasformare posizionamento e performance. Obiettivo: 9 milioni di euro entro il 2028

8



## “Cosa mi metto per rubare la scena?” Zalando presenta la nuova campagna firmata da Dentsu Creative, che ha vinto la gara, con protagonista Tananai

10

## Radio Italia torna a Sanremo per il Festival della Canzone, in diretta radio e video dagli studi “Fuori Sanremo Italiana Assicurazioni”

3



Andrea Cioffi

## UNA rafforza il proprio impegno nella formazione: al via il nuovo percorso con ALMED-Cattolica

18

## Casa Kiss Kiss a Sanremo diventerà un ecosistema esperienziale

29

## TV Sorrisi e Canzoni a Sanremo con extra tiratura di 1,5 milioni di copie

26



## Just Eat Takeaway affida a VCCP l'account creativo globale dopo gara

30



# Pubblicità Febal Casa è on air con la nuova campagna pubblicitaria firmata Gibbo&Lori, la produzione è a cura di The BigMama per la regia di Miguel Usandivaras

La comunicazione multicanale, on air dal 15 Febbraio abbraccia la tv lineare e non lineare, stampa, radio, social, canali Google e connected tv

**F**ebal Casa, tra i principali brand di Colombini Group nel segmento Premium dell'arredo per tutta la casa, presenta l'evoluzione della propria comunicazione con una nuova campagna pubblicitaria firmata dall'agenzia creative Gibbo&Lori. La nuova campagna nasce da una sensazione semplice e universale: quando una casa è accogliente, confortevole, progettata per farti stare bene... perché mai dovresti uscire? Perché ci sono luoghi in cui tutto funziona, tutto ti somiglia, tutto ti fa sentire a casa. Da questa verità semplice ma potente nasce il nuovo racconto di Febal Casa, ironico e inaspettato, che mette al centro la capacità di Febal Casa di progettare spazi abitativi in qualsiasi contesto. Il messaggio trova una sintesi accattivante nel claim di campagna: "Se è Febal è Casa." Protagonista dello spot è una giovane coppia che vive con naturalezza e complicità una casa elegante e piena di calore. La sceneggiatura ripercorre una serata dove è talmente forte il desiderio di godersi la propria casa, e quella che sembrava una casa vera è in realtà uno showroom Febal Casa. Il concept è dunque strutturato attorno ad uno dei tratti distintivi che caratterizza il brand Febal Casa: la scelta strategica di proporre



un layout progettuale specifico che rappresenta sempre l'idea di casa e che viene oggi applicato in ogni touchpoint fisico, dagli showroom presenti in tutto il mondo, agli spazi espositivi nelle fiere di settore, fino alle singole case dei consumatori. Per questo è stata scelta come location il nuovo flagship store di San Marino, basato sulla formula Ambassador. La filosofia del total home furniture è valorizzata dalle scelte stilistiche di materiali e finiture coerenti, ben rappresentate dalle scelte di produzione, regia e fotografia. L'ironia, elemento identitario della comunicazione Febal Casa, evolve verso un registro ancora più contemporaneo e raffinato, mantenendo leggerezza e calore, ma con un percepito ancora più premium.

## La comunicazione

On air dal 15 Febbraio e declinata su formati di 30", 20" e 15", la campagna prevede importanti investimenti multicanale che abbracciano la tv lineare e non line-

are, la stampa, la radio, i social, i canali Google e le connected tv. La campagna è firmata dall'agenzia creativa Gibbo&Lori, con la direzione creativa di Giovambattista Oneto e Lorena Cascino. Il copywriter è curato da Stella Sguinzo, art director Piergiorgio Adragna, strategy and project supervisor Francesca Satolli. La regia dello spot è affidata a Miguel Usandivaras, con la direzione della fotografia di Emanuele Zarlenga. La produzione è a cura di The BigMama, Executive Producer Valentina Fronzoni, Producer Lucrezia Pellè e Direttore di Produzione Alessio Panseri. Lo styling è di Ingrid Pastore, la scenografia di Mattia Pozzi, mentre la post produzione è stata curata da Davide Guerra, con il color di Orash Rahnama. L'audio è realizzato da Bottega del Suono.

## I commenti

Emanuel Colombini, Presidente e CDO Colombini Group, ha dichiarato: "L'intera campagna è espressione dell'eccellenza pro-

gettuale del brand e della forza della rete di store Febal Casa diffusa su tutto il territorio nazionale e internazionale. Abbiamo voluto valorizzare l'esperienza, pensata come un momento immersivo e reale, che offriamo nei nostri negozi monomarca e nei nostri Flagship da Miami a Milano, puntando a comunicare che oggi chi entra in uno showroom Febal Casa trova ambienti pensati come vere case, in cui il know-how progettuale si integra con un'attenzione sartoriale al cliente attraverso servizi capaci di accompagnarlo in ogni fase del percorso". "Ci piace quando le idee prendono spunto dalla realtà: se sei a casa tua e ci stai bene... ma chi te lo fa fare di uscire? Siamo felici di questo nuovo capitolo. Con il team di Febal Casa stiamo costruendo un percorso di comunicazione che riflette il DNA di un brand che non vuole mai smettere di sorprendere", affermano Gibbo&Lori, agenzia creativa di Febal Casa dal 2023.



**Just Eat sceglie VCCP come partner creativo globale**

p.20



p.21

ETHAN BASTIANICH, FRANCESCA NOSEDA E DANIEL ANTONIO DI PALMA

A M+C SAATCHI PR LE ATTIVITÀ DI UFFICIO STAMPA

**JIFFY AGENCY SI AGGIUDICA LA GARA DI WINGSTOP ITALIA**

Il brand globale di chicken wings affida all'agenzia milanese di content creation strategia di comunicazione e posizionamento



p.18

UN NUOVO CAPITOLO PER MASERATI GRECALE

**MASERATI FESTEGGIA IL CAPODANNO CINESE CON MAMBO**

Dopo una gara, l'agenzia firma un progetto che unisce storytelling, cultura asiatica, linguaggio artistico e innovazione tecnologica

**ALL'INTERNO**

p.5

**WINDTRE Luce & Gas** debutta con uno spot di Publicis Groupe

p.8

**Coo'ee Italia e VIP** tornano a viaggiare con Applepairing

p.22

**"Know. React.":** il nuovo posizionamento di Klein Russo



p.21

IERI LA PRESENTAZIONE A MILANO

**BAGGIO, CANNAVARO E TOTTI IN CAMPO PER BETSSON SPORT**

Con la campagna il brand rafforza il progetto Betsson Sport Club. Budget adv 2026 in crescita del 30%



p.26

CON IL CLAIM "BORN TO BE SEEN"

**REALIZE NETWORKS LANCIA LA NUOVA LABEL REALGLOW**

La talent agency e media company punta a presidiare un'area in forte crescita dedicata a beauty, wellness e lifestyle



# FEBAL CASA È ON AIR CON LA NUOVA CAMPAGNA FIRMATA GIBBO&LORI



**Febal Casa**, tra i principali brand di **Colombini Group** nel segmento Premium dell'arredo per tutta la casa, presenta l'evoluzione della propria comunicazione con una nuova campagna pubblicitaria firmata dall'agenzia creativa **Gibbo&Lori**. La nuova campagna nasce da una sensazione semplice e universale: quando una casa è accogliente, confortevole, progettata per farti stare bene, perché mai dovresti uscire? Perché ci sono luoghi in cui tutto funziona, tutto ti somiglia, tutto ti fa sentire a casa. Da questa verità nasce il nuovo racconto di Febal Casa, ironico e inaspettato, che mette al centro la capacità di Febal Casa di progettare spazi abitativi in qualsiasi contesto. Il messaggio trova una sintesi accattivante nel claim di campagna: "Se è Febal è Casa." Protagonista dello spot è una giovane coppia che vive con naturalezza e complicità una casa elegante e piena di calore. Il desiderio di godersi la propria casa è talmente forte che i due decidono di non uscire. Colpo di scena finale: quella che sembrava una casa vera è in realtà uno showroom Febal Casa.

Uno spazio così autentico e accogliente, da far dimenticare di essere in uno store. Il concept si struttura attorno a uno dei tratti distintivi che caratterizza il brand: la scelta strategica di proporre un layout progettuale che rappresenta l'idea di casa e che viene oggi applicato in ogni touchpoint fisico. Per questo è stata scelta come location il nuovo flagship store di San Marino, basato sulla formula Ambassador. La filosofia del total home furniture è valorizzata dalle scelte stilistiche di materiali e finiture coerenti, ben rappresentate dalle scelte di produzione, regia e fotografia. L'ironia evolve verso un registro ancora più contemporaneo e raffinato, mantenendo

leggerezza e calore, ma con un percepito ancora più premium.

**Emanuel Colombini**, Presidente e CDO **Colombini Group**, ha dichiarato: «L'intera campagna è espressione dell'eccellenza progettuale del brand e della forza della rete di store Febal Casa diffusa su tutto il territorio nazionale e internazionale».

**Giovanni Battista Vacchi**, Amministratore Delegato **Colombini Group**, ha commentato: «Oggi più che mai siamo proiettati verso la crescita e verso una rappresentazione sempre più precisa del nostro posizionamento di arredo high-end accessibile». **Erika D'Amico**, Brand & Communications Director **Colombini Group**, ha sottolineato: «Abbiamo voluto progettare l'intera campagna pensando allo spot come il punto di partenza di un racconto a cui seguiranno, nel corso dell'anno, altre short stories e formati dedicati alle nostre iniziative promozionali, pensate per touchpoint online e offline».

«Con il team di Febal Casa stiamo costruendo un percorso di comunicazione che riflette il DNA di un brand che non vuole mai smettere di sorprendere» affermano **Gibbo&Lori**, agenzia creativa di Febal Casa dal 2023. On air dal 15 febbraio e declinata su formati di 30", 20" e 15", la campagna prevede importanti investimenti multicanale che abbracciano la tv lineare e non lineare, la stampa, la radio, i social, i canali Google e le connected tv. La campagna, firmata da **Gibbo&Lori**, ha la direzione creativa di **Giovanbattista Oneto** e **Lorena Cascino**. Il copywriter è curato da **Stella Sguinzo**. La regia dello spot è affidata a **Miguel Usandivaras**, con la direzione della fotografia di **Emanuele Zarlenga**. La produzione è a cura di **The BigMama**.